



TITLE:

# 工業と商業との交渉 - 高度資本主義時代に於ける企業結合の一斷相 -

AUTHOR(S):

磯部, 喜一

---

CITATION:

磯部, 喜一. 工業と商業との交渉 - 高度資本主義時代に於ける企業結合の一斷相 -. 經濟論叢 1930, 31(6): 863-884

ISSUE DATE:

1930-12-01

URL:

<https://doi.org/10.14989/129962>

RIGHT:

會學濟經學大國帝都京

# 叢論濟經

號 六 第

卷一十三第

行發日一月二十年五和昭

## 論 叢

銀行秘密の維持と所得税

法學博士

神戸 正雄

本居宣長の經濟思想

經濟學博士

本庄 榮治郎

利子に於ける勢力の作用

文學博士

高田 保馬

日本の家族制度と民法

文學博士

三浦 周行

## 說 苑

大量に就いて

經濟學士

蜷川 虎三

工業と商業との交渉

經濟學士

磯部 喜一

## 雜 錄

所得分配統計の研究方方法

經濟學博士

沙見 三郎

京都市に於ける消費組合

經濟學士

谷口 吉彦

金と物價との關係に就て

經濟學士

一谷 藤一郎

Westergaard の 著

法學博士

財部 靜治

## 法 令

郵便貯金利子割合ノ件中改正・米穀法第二條ノ規定ヲ樺太ニ施行スルノ件・米穀法第二條ノ規定ニ依リ米及粃ノ輸入税増加ノ件・昭和三年勅令第二十二號米穀法第二條ノ規定ニ依ル米及粃ノ輸入制限ニ關スル件中改正・無盡業法ヲ樺太ニ施行スルノ件

## 附 錄

新着外國經濟雜誌主要論題

本誌第三十一卷總目錄

# 工業と商業との交渉

——高度資本主義時代に於ける企業結合の一斷相——

磯 部 喜 一

## 一 序

資本主義の時代と言ふとき、その主たる特徴として、端的に、吾々は二つの事象を思ひ浮べる。一は、利潤追求を目的とする企業の營む商品生産並びに配給が、その時代に於いて支配的であること、二は、資本家及び賃労働者の二階級の必ず存在すること、すなはち之である。そしてこの二特徴の認められるところ、等しく、資本主義の時代たるのであるが、時間の經過に就いて見ればなほ、そこに、いくつかの段階を識別し得る。いま、ゾムバルトに據れば、<sup>1)</sup>早期資本主義の時代(Emig-kapitalistische Periode)、高度資本主義の時代(hochkapitalistische Periode)及び末期資本主義の時代(spätkapitalistische Periode)となる。之等の資本主義の諸段階を通じて、企業の營む工的行動と商的行動との關連の推移、特に高度資本主義時代に於ける特異性を研究することが、この小篇の目的である。

## 二 先資本主義時代及び早期資本主義

### 時代に於ける工業と商業

1) W. Sombart, Das Wirtschaftsleben im Zeitalter des Hochkapitalismus, I Halbband, 1927, XI.

財貨の生産は、すべて、これが消費を目的として營まれるのであるから、消費者自ら財貨の生産を營むのが普通であると、一應は考へ得る。そして所謂自己經濟の狀態は、これに該當するであらう。だが、消費に直接連れる生産は、人類の物的生活の複雑化につれて、次第に例外的な狀態となり、生産と消費との間に自ら距離が生じ、この距離がまた次第に擴大されてきたのである。このことは、所謂交通經濟の存在、延いては、社會に於ける生産層と消費層との對立を意味する。一度、生産層と消費層とが對立すれば、生産されたる財貨は前者から後者へ必然的に流通するのであるが、この時、例外的に無償譲渡、原則的に有償譲渡の形をとる。そして有償譲渡は販賣購入の關係である。かくて、財貨を生産する工的機能と、その生産されたる財貨を販賣する商的機能とが、生産層に於いて統合さるゝことを、吾々は知るのである。

資本家的生産の仕方が未だ支配的とならなかつた先資本主義の時代(Vorkapitalistische Periode)に於いては、生産層は農業者であり、後には、これに手工業者が加はつた。そして之等の人々が、或は週毎又は月毎に開かるゝ、しかも地方的なる市に於いて、或は行商し、振賣によつて、直接、消費層に接してゐた。勿論、この外、當時の市に於いて消費層に接したものに商人がある。しかし商人は、上述の、その生産條件を同じうする同一地方に於ける生産層に統合されてゐる商的機能を、社會分業的に營むところの商人でなく、異種族の間に、少くとも全く生産條件を異にした一種族の間に、財貨を流通せしめる機能を遂行してゐたのである。この意味に於いて、當時の商人の營む商的行動は、全く、外的性質をもつてゐた。かくて先資本主義時代をば、自己の機能

1) 本位田祥男氏、歐洲經濟史、昭和五年、一〇三頁。

のうちから商的機能を分離せざる、この意味に於いて原始的なる工業と、工業の機能から分離したものでなく、この意味に於いて等しく原始的なる商業との併存の時代として、吾々は示し得るであらう。

近代の資本主義は商業から始まると言はれてゐる。しかしこゝに言ふ商業は、先資本主義時代の原始的商業、乃至原始的工業の機能の一部であるところの、直接消費層に接觸する機能、簡言して小賣商業の單なる量的發展ではない。それは、新に成立したる卸賣商業の謂である。<sup>2)</sup> 卸賣商業は、原始的なる工業の一部の質的展開であり、またその獨立化に外ならない。そして卸賣商業が、あらゆる資本主義化の先驅として成立したのは、もとより、『アメリカの發見、喜望峯の廻航、東印度及び支那の市場、アメリカへの植民、諸植民地との通商』——之等に基づく移出入並びに對外貿易の躍進に刺戟されてゐるであらう。だが、同時に、國內市場の擴大を忘れてはならず、これは、やがて、根本的には、既に資本主義社會成立の前提諸條件が成熟してゐた結果なのである。

十八世紀の中葉、曾ては主要道路ですら、『財貨を運搬する馬車をして、時日長く、經費高くからしめる程であつた』<sup>3)</sup>ていの交通上の諸障礙が撤回されると、從來、地方的に存在してゐたにすぎぬ消費層が、こゝに著しく擴大され、全國化してくる。すると、生産層は、必然的に、この擴大せる消費層に接することゝなつたが、かゝる接觸部面の擴大は、在來の方式の生産層の到底耐ふるところではなかつた。かくて、原始的なる工業の機能の一部が質的展開をなし、茲に、改めて、商業の發生となつた。勿論、この新に獨立したる商業は、最初は、生産層の代辯者として直接消

2) M. Weber, Wirtschaftsgeschichte, 1923, S. 251.

3) 本位田氏、前掲書、一九七頁及び二二〇頁。

4) J. A. Hobson, Evolution of Modern Capitalism, New & Revised Ed., 1926, p. 45.  
(松澤兼人氏外二氏共譯、近代資本主義發展史論、昭和三年、五一頁に據る)

費層に接觸する小賣商業であつたであらう。だが、この小賣商業が、やがては、生産層が彼等と連絡を保つこと自體が生優しき仕事ではなくなる程に、擴大したのである。<sup>5)</sup>こゝに於いて、再び、商的機能に質的展開が起らざるを得ず、こゝに生起したのが卸賣商業である。なほ、更に、生産層に於ける原料調達機能の獨立も、卸賣商業の生起を援けた一因でもある。

商業は、よしそれが小賣商業であつても、將又卸賣商業であつても、元來、財貨を生産することなく、既存の財貨を人的に移轉せしめることを、その機能としてゐるのであるから、財貨譲り受けの場合と、これを更に譲り渡す場合との間で、自ら、貨幣的剩餘を造出し易く、従つて一般産業よりも、營利的の傾向を夙にもち易い。かくて卸賣商業が先づ營利化し、資本主義化する傾向を多分にもつのは、當然であつた。

すべて在來から存在するものが展開し、その中から新しきものが分裂するのは、この新しきものが、何等かの點で、その時代に對し重要な意味をもつに至るからである。だから、分裂したる新しきものが、之を分裂せしめざるを得なかつた在來からのものに比し、相當輕からざる意義をもつことは必然に推定し得られる。商的機能を分離せしめた工業と、新に分離したる商業との關係に就いても、吾々は、以上と同じことが言ひ得ると思ふ。固より、これだけで、新しき商業の工業に對する優位を斷定することは、或は速きに失するであらう。しかし交通經濟裡に於いては、財貨の生産は、その財貨が消費層に攝取せられて、始めて完成するのであり、かくてまた、財貨生産の繼續が可能となる。だから、こゝに於いては、消費層の財貨攝取狀態の觀測が、缺くべか

5) A. Marshall, *Industry and Trade*, 1923, p. 278.

らざるものとなるであらう。しかるにこれは、新しき商業の特に重要な一機能であるが故に、いまや消費層には間接に接觸するにすぎない生産層は、その存続のための重要な鍵を商業に委ねたものと、言はざるを得ない。況んや、家内工業に對する商業の地位に至つては、完全に生産層を統制するものである。

家内工業制の下にある生産層は未だ營利化せず、また資本主義化してゐないが、生産層をば配給關係に就いて直接統制してゐる商業の營利化、資本主義化は、やがて、生産層内部に於ける營利化、資本主義化を促進する。生産層に於ける資本主義化は階級化であり、賃労働者としての手工業者に對する、資本金としての工業統制者の出現である。これが固有の産業資本家であり、その經營の形態がマヌファクトール (Manufaktur)——手工的工場制工業——である。そしてやがては、機械中心のファブリーク (Fabrik)——固有の工場制工業——への轉形も可能であらうが、早期資本主義の時代には、工場制工業は、僅に、その萌芽を現すにすぎない。

かく、生産層に於いて資本家が出現したとはいへ、既に分離し、獨立したる機能——卸賣商業——は、再び、産業資本家の機能に復歸することはなかつた。だから、卸賣商業の工業に對する優位は、産業資本家の出現によつても、何等覆へらなかつたのである。<sup>6)</sup> かくて、早期資本主義の時代は、ゾムバルトの言へる如く、『商人時代として、正しく、中世紀に對立的に示されるのみならず、現時に對してすら、なほ、對立的に示される』のである。<sup>7)</sup>

### 三 高度資本主義時代に於ける企業結合

6) A. Marshall, *ibid.*, p. 172.

7) W. Sombart, *Der moderne Kapitalismus*, II Band, I Halbband, 5 Aufl., 1922, S. 436.

早期資本主義時代に於ける工業及び商業は、夫々、生産手段と分業組織の發達に基く物的生産力の進展、並びに交通機關の普及による市場の擴大につれて、著しく展開したのである。しかしその半面、吾々は、社會組織の寄與をも忘れてはならない。蓋し資本主義制の經濟社會では、前時代の營業特許制に對立する營業自由の制度が布かれてゐるが、この營業自由の制度、すなはち自由競争の認許は、當時の工業及び商業の所産であると共に、同時にまた、工業及び商業の發展に貢献するところが、頗る大きいのである。

量的進展もやがては質的轉化をもたらす。高度資本主義時代に於いては、自由競争がやがては競争そのものの揚棄を導く。そして競争の揚棄は先づ企業規模の擴大であり、また企業數の相對的減少である。

大規模企業の漸増は、もとより、競争揚棄への一傾向である。しかしこゝで揚棄される競争は、競争者の數の減少である。しかるに、他面、競争者數の減少は、競争濃度の深化をもたらしてゐる。この結果は、企業の結合に據る競争の揚棄であつて、アメリカ合衆國では主としてトラスト、ドイツでは主としてカルテル、又はコンツェルンの形態をとつた<sup>1)</sup>。

茲に興味あることには、かゝる競争揚棄のための企業結合は、その殆どすべてが工業に於ける事象であつて、商業に於いての生起が著しく困難なことである。その原因如何と言ふに、カルテルに就いてリーフマンが述べたと同じく、吾々は、工業と商業との資本構成上の差異にあると思ふ。資本の有機的構成の高級化の問題をしばらく論外としても、固定資本と流動資本との比率に

1) これらは全くその國の社會事情に規定される。詳しくは R. Liefmann, Kartelle, Konzerne und Trusts, 1927, S. 305 参照。  
2) R. Liefmann, a. a. O., S. 36.



於いて、工業と商業とは著しく相違する。そして商業のため投せられる資本に於いては、流動資本の割合が著しく優勢であることは、ことごとく論ずるまでもあるまい。このことは、工業に比し、商業の經營が比較的容易なことを意味するのである。また商業では、企業結合によつて既存の競争者を却け得ても、新生の競争者を迎へ易く、競争揚棄の比較的困難なること、従つて企業結合の存続し難きことを示すのである。かくて、商業にあつては、たかゞ、大規模經營による競争揚棄が、對消費層の面に於ける殆ど唯一の方法である。

これを要するに、大規模經營、次で企業結合が、高度資本主義時代の主たる特徴である。そしてこの點に於ける工業と商業との差異は、やがて、この時代に於ける兩者の地位を示すであらう。企業の結合は、競争の揚棄てふその目的から、先づ、同種企業相互の結合である。古くは一八三六年——一八四四年にプロシア四明礬工場が成立せしめたカルテル<sup>3)</sup>、一八九二年、シャーマン法(Sherman Act)施行の結果、多くの會社に分解せざるを得なかつたアメリカのスタンダード石油會社(Standard Oil Company)<sup>4)</sup>、またイギリスで特に硝酸、ブリキ板、鑛金板、白鉛及び鉛丹諸工業で盛んなプール組織(pooling system)<sup>5)</sup>、屢々生産制限を行ふので著名なわが國の大日本紡績聯合會等が之である。そして通常、横斷的企業結合(horizontal combination)と呼ばれる。

企業の結合は横斷的に行はれることによつて、その所期の目的は、一先づ達成し得るであらう。しかしそれは當面の競争揚棄に止まる。そして逆說的に言ふならば、横斷的企業結合は、競争を揚棄することによつて、競争を創造する。しかもこの新しき競争は、却つて、激化してゐるので

3) ドイツに於ける最初のカルテルと稱せらる。——R. Liefmann, a. a. O., S. 29.  
4) E. Jones, The Trust Problem in the United States, 1922, p. 56.  
5) P. Fitzgerald, Industrial Combination in England, 1927, p. 4-6.

ある。蓋しカルテルの場合、加盟企業は、カルテルの爲に、さしあたりは競争を揚棄し得る。しかし他面、カルテルの解散する時に於ける競争の激化を豫期すべきである。またトラストの場合、少くとも、原料の購入又は製品販賣の際に於ける供給側と需要側との間の闘争の深化は、必然である。こゝに於いて、事情の許す限り、横斷的企業結合は、同時に、縦斷的企業結合となつて、その結合目的のより良き達成を圖らんとするに至る。加之、縦斷的企業結合の必要は、横斷的企業結合ならずとも、單獨の大規模企業に就いても妥當するのである。

縦斷的企業結合 (vertical combination) とは、要するに、夫々の生産過程が前後的に聯關を保つてゐる諸企業の結合である。そしてこれは、各生産段階の諸企業間での商品取引に際しての失費の減廢、生産費の切下を圖り、以て競争能力を高めんとするのである。石炭、銅、鐵鋼の採掘から半製品の製造、鐵鋼及び金屬加工等までも營む多數企業のコンツェルン——その主腦會社はドイツの合同製鋼會社 (Vereinigte Stahlwerke A. G.) である——はその一例である。また鐵、石炭の採掘から自動車組立までのすべてを營んでゐる、アメリカのフォード自動車會社 (Ford Motor Company) をも舉げ得やう。

以上の事例からも推知し得る如く、横斷的にもせよ、縦斷的にもせよ、企業結合は、一應は、財貨生産の部門に於いて見られる事象である。しかし資本主義の發展は、企業目的の限りなき追求は、財貨生産の部門に屬する企業をして其他の部門、特に財貨配給の部門に屬する企業とすら、結合せしめる傾向をもたしたのである。これも亦、吾々は、やはり、縦斷的企業結合と看做さ

ねばならぬであらう。

#### 四 國際間に於ける工業による商業の統制

商品の生産は、その消費となつて完成するのであるから、消費せられざる、又は消費さるゝ見込みなき商品の生産を、吾々は觀念し得ない。だから、商品生産を営む企業に於いては、その商品の販賣は著しく重要な事柄である。たゞ、企業として、利潤を維持増進する立場から、採算上の利不利に準據しつゝ、消費層への商品配給を生産企業自ら之を行ひ、或は配給企業——嚴密には、卸賣企業と小賣企業——の手を通じて、間接に之を行ふ。そして一般の趨勢として、在來、後者が支配的であつたことは、既に述べたところである。しかるに、近年、消費層又は小賣企業に對する生産層よりの直接配給が、顯著なる一傾向となりつゝある。ドイツの工業に於ける雇傭者のうちで、商的事務に従事するものが、一八九五年——一九〇七年の間に約三倍となり、一九〇七年——一九二五年の間に更にその三倍に増加し、一九二五年の職業調査に於いては、總従業員一、四五一、八三五の六三・七%が、工業内部に於ける商的従業員たる事實は、右傾向の存在を證明することゝなるであらう。

この單獨工業に於いて、新に、商的機能の遂行が次第に擴大されつゝある事實は、同時に、工業による商業の統制でふ、特異なる縦斷的企業結合の形態をとつて、消費層又は小賣商業に對し、生産層より商品の直接配給が行はれ得ることを、示唆するに足る。また、存在し得る可能性

1) Wirtschaft und Statistik, 7 Jahrg., 1927, Heft Nr. 13, S. 570 ff. (B. Viebahn, Die Ausbildung des kaufmännischen Nachwuchses im industriellen Grossbetriebe, 1929, S. 3 及び 16 に據る)

の難易から言へば、一般に、大規模企業の創設乃至企業の合同が、企業の結合よりも遙かに容易ならざることから類推して、商的機能を同時に遂行する單獨工業よりも、工業と商業との結合の方が成立し易いのである。かくて、以上の點のみに關しては、前者に就いての記述は、同時に、後者に就いての記述ともなるであらう。

さて、工業による商業の統制なる事象は、通常、所謂中間商人 (middleman) の排除となるのであるから、各種の中間商人の多く介在する方面に、この事象が著しく現れることは、必然であらう。そして吾々は、先づ、商品の輸出入關係に於いて、これを見るのである。

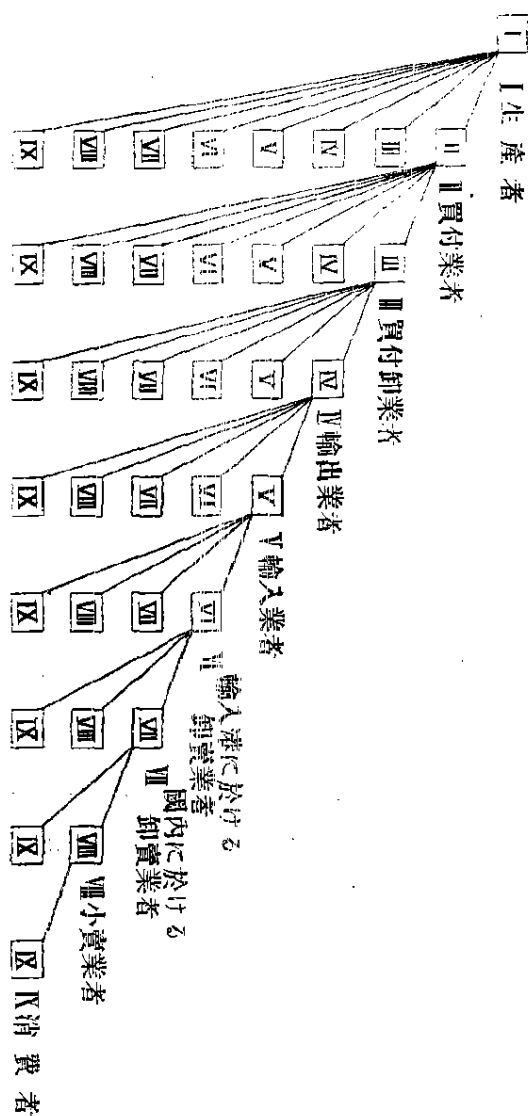
商品の生産と消費とが國境を隔て、行はれる場合には、中間商人の介在し得る餘地は、典型的には、次の如き七段階である。<sup>2)</sup>すなはち、一、買付業者 (Einkäufer) 二、買付卸業者 (Gross-einkäufer) 三、輸出業者 (Exporteur) 四、輸入業者 (Importeur) 五、輸入港に於ける卸賣業者 (Gross-händler im Importhafen) 六、國內に於ける卸賣業者 (Grosshändler im Inland) 七、小賣業者 (Detailhändler) の場合、觀念上、中間商人を排除し得る可能性は左表の如くである。そしてシエアの説明に據れば、『一般的に、後順の各分子 (jedes nachfolgende Glied) は先順分子 (das vorhergehende Glied) に比較すれば、買付する機會は多く、『反對に』賣却の機會は少ない。こゝで看却すべからざることば、買付並びに賣却上「他の分子」を排除せんとする動機は、中間各分子 (jedes Zwischenglied) から生じ得ること、之である。中間各分子は、「他の分子を」介入し、また排除するこの過程では、能動的役目と受動的役目とを演ずる。そして先順又は後順の「他の」分子が中間

2) J. F. Schär, Allgemeine Handelsbetriebslehre, 4 Aufl., 1921, S. 195.

3) J. F. Schär, a. a. O., S. 195. に據る。

4) 括弧内は筆者挿入、傍點は原書で字隔の廣くなれる文字。

分子のサーヴィスを排し、自己自ら之を取り行ふことを有利と認める場合、中間分子は、原則として、受動的となるであらう。<sup>5)</sup>』



上述の中間商人を排除し得る機會は、すべて、實際に生起し得るのであるが、今日、國際的な商品流通關係を大觀すると、三つの場合がその主たるものである。第一は、生産層が消費層に接觸し、すべての中間商人を排除する場合である。<sup>6)</sup> この場合には、生産層は販賣機關をば、或は海外支店の形態で、或は販賣代理店なる企業結合の形態で設置するのが、通例である。吾々は、パラマウント (Paramount) 其他のアメリカ映畫會社の日本支店、又はシンガー・ミシン會社 (Singer Sewing Machine Company) の日本各地の販賣店を例示し得る。第二は、生産層が小賣企業に接

5) J. F. Schär. a. a. O., S. 194.

6) 及び 7) J. F. Schär. a. a. O., S. 196

する場合である。<sup>7)</sup> 例へば、アメリカの百貨店がドイツの生産層に就いて親しく買付するやうに、小賣企業が生産地へ買付員を派遣する場合、又はドイツの對南米輸出貿易の大半の如く、<sup>8)</sup> メリヤス其他の生産に従事する大阪の生産層が對支、對南洋貿易に於いて試みたと聞く如く、生産層が販賣出張員を派遣して、海外の小賣企業と相接する場合等が、之である、第三は、輸出企業のみが介在し、その海外販賣機關を通じて消費層に賣却し、かくて他のすべての中間商人を排除する場合である。<sup>9)</sup> 之に屬するものは例舉するまでもないであらう。

## 五 國內に於ける工業による商業の統制

既述の輸出入關係に就いての事情は、適度の修訂を加へると、國內關係に就いての事情となるだらう。そしてゾムバルトと<sup>1)</sup>共に、吾々は、こゝでは、生産層と消費層、又は生産層と小賣企業とが接觸し、中間商人を排除し得る可能性は、輸出入關係以上なるのを、見出すのである。すなはち工業が同時に卸賣機能を遂行し、又は卸賣商業と結合關係をつくつて、小賣商業に接する場合、更には工業が小賣機能をも遂行し、又はこれを營む企業と結合する場合が、國內に於ける商品の生産及び配給の關係に就いて特に顯著である。

かくて國際的商品流通では、輸出入業が未だ卸賣機能の一般を遂行し、商品の配給のみならず、代價の決定をも行つてゐるに反し、國內的商品流通にあつては、卸賣商業は代價の決定をば工業に統制さるゝ傾向強く、純粹の商品配給のみが委ねられる。これは、やがて、卸賣商業の代

7) W. Sombart, Hochkapitalismus, II Halbband, 1927, S. 799; J. F. Schär, a. a. O., S. 236, 237 参照。  
 8) J. F. Schär, a. a. O., S. 196, 197  
 9) W. Sombart, a. a. O., S. 799.

理店化である。曾て或る大阪の卸賣商人が、『今日卸賣商業を經營せんとせば、一流工場の製品を取扱ふべからず、よろしく二流工場以下の製品を取扱ふべし』<sup>2)</sup>と、述べたことがある。この言は這般の事情を解明したものとして、吾々には特に興味が深い。蓋し卸賣商業が企業として可能的最大の利潤を求め得るのは、代價決定の地位に立ち得る限度に於いてである。また、一流工場——大規模經營の工業の謂——は、既に述べた如く、今日必ず同時に卸賣機能を遂行し、獨立の卸賣商業に對しては、僅に代理店としての存在を認めるに止まる。そしてこの傾向は、殆どあらゆる生産部門に就いて求め得るであらう。

工業が自ら小賣機能をも遂行し、又は小賣商業と結合する事實は、價格の大なる商品又は定型の財貨を取扱ふ場合に偏集してゐる。ゴムバルトは、前者の例として自動車、ピアノを舉げ、後者のためには自轉車、ミシン、タイプライター、蓄音器、靴、手袋、帽子、銃器等を舉げてゐる。<sup>3)</sup>わが國に於いても、日本樂器、神戸屋製靴等の販賣店直營、明治、森永製菓會社のキャンペーン・ストアの經營(但し嚴密に言へば、森永に就いては、喫茶店は森永販賣會社の經營であり、森永販賣會社は森永製菓會社と結合してゐる)、大阪朝日、大阪毎日等新聞企業の直屬販賣店制度、日本フオード、日本ゼネラル・モーターズ等の直屬代理店組織、有田ドラック商會の全國販賣網等、吾々は幾多の實例に接し得るのである。かく生産層から消費層へ商品が直接配給される場合、工業が週報やカタログの發送による廣告政策をとり、また商品の高價なる場合に賦拂制度を採用することは、最も有效なる經營方法とされる。前者の適例としてはサン・テシアンヌ銃器車輛

2) 本年二月、某席上に於ける講演 “卸賣業の經營法に就いて。”  
3) W. Sombart, a. a. O., S. 80f.

製作フランス工場 (Manufacture française d'armes et de cycles de St. Etienne) があつた。これは、一千頁に達する繪入カタログ五十萬部を年々發送する以外に、雑誌 "Le Chasseur Français" を十萬部贈呈してゐる。<sup>4)</sup> またフォード並びにゼネラル・モーターズがアメリカ本國に於いては勿論、わが國初め世界各地に於いても、夫々、金融會社を設立し、自家製品購入者に賦拂制金融の道を開いてゐるのは、後者に屬するであらう。

上記の企業結合は、その殆どすべてが、コンツェルン又はトラストとなつて居り、且つ工業の株式參加の下に商業其他の設立されるのが、普通である。森永製菓と森永販賣との關係、アメリカ自動車會社と夫々の金融會社との關係等が之に屬して居るが、更にアメリカに就いては多くの實例を吾々は見出し得るのである。就中、アメリカ大審院判事、ブランドイス氏 (Brandeis) をして、『そのトラスト (アメリカ煙草トラストを指す——磯部) の作業設備すべてが、相互に無關係な株主を有する諸會社に分割されることがあつても、この會社 (次記の販賣會社——磯部) の存続は、有效なる競争を不可能ならしめる筈だ』と歎せしめた、合衆國シガー販賣會社 (United Cigar Stores Company)——創立後約七年目の一九〇七年にはやくも全國に三九二の店舗を有し、煙草販賣上、アメリカでは絶對的勢力をふるつてゐる——とアメリカ煙草會社 (American Tobacco Company) との關係は、その最も尤たるものであらう。

次に、かくの如き資本的結合に非らざる、商品の生産から小賣 (又は卸賣) までの企業結合は、産業組合の一たる販賣組合を媒介として、成立することが出来る。しかし元來が、この種組合は

4) W. Sombart, a. a. O., S. 801.

5) E. Jones, ibid., p. 469.

6) E. Jones, ibid., p. 153.



農業者乃至手工業者が組織するものであるといふ性質上、かゝる種類の企業結合の及ぼし得る影響は、極めて微々たるを免れない。

同じく資本的結合ではないが、販賣組合とは異り、コンツェルンやトラストに恐らく匹敵し得る効果を舉ぐるものは、カルテル組織である。カルテルは種々の方法で市價の統制を行ひ、やがて、加盟企業をして利益を増進せしめ、また損失を回避せしめる目的から組織される。だから、カルテルは對市場關係に就いて存在するものではあるが、このことだけで當然に、商品の生産から小賣(又は卸賣)までの企業結合となるものではない。カルテルは、先づ、第一次的には既存卸賣商業をして代理店化して、その機能の半を喪失せしめ、次には市價統制の必要上、カルテル組織が複雑となり、遂には商的機能そのものをカルテル自らに集中せしめる。そしてその商的機能遂行のため、カルテル直屬の販賣機關(普通は株式會社の形式、ドイツでは G. m. B. H. たることが多い)の設置となる。かくて、こゝに始めて、商品の生産から小賣(又は卸賣)までの企業結合となるのである。今日、諸種のカルテルの中で、共同販賣カルテルと稱せられ、またシンディケートと稱せられるものが、之である。ドイツでは石炭及び鐵鋼事業等に有名なものがある。例へばライン・ウエストファーレン石炭シンディケート (Rheinisch-westfälische Kohlensyndikat)、ドイツ生鋼共同組合 (Deutsche Rohstahlgemeinschaft)、加里工業共同販賣組合 (Vertriebsgemeinschaft der Kalindustrie) 等の如し。<sup>7)</sup> また去る三月十一日に成立、四月一日から營業を開始した、わが國の製粉販賣組合は全國製粉生産高の八五%を含むものであり、<sup>8)</sup> わが國に於ける共同販賣組織中、

7) 之等のカルテルの詳細に就いては、R. Liefmann, a. a. O., S. 123-128. 参照。  
8) 昭和五年三月六日及び三月十二日附大阪朝日新聞参照。

最も有力なるもの、一である。

工業が自家製品の配給組織の統制に進出するはごになつて居るにも拘らず、原料の調達組織をその統制外に放置するなど、いふことは、企業經營上思考し得べくもない。またこの方面での企業結合は、むしろ、先行する性質のものである。そしてこれは、現に、吾々が縦斷的企業結合として指摘したところである。なほ、この種の企業結合で、資本的結合に非らざるものとしては、産業組合としての購買組合や、所謂購買カルテル等を挙げ得るであらう。そして前述の販賣組合並びに固有のカルテルに就いての叙述は、之等の事例にも妥當するのである。

## 六 商業による工業の統制

工業による商業の統制といふ形で縦斷的企業結合があるならば、逆に、商業による工業の統制といふ形で縦斷的企業結合は、あり得るのではあるまいか。固より、この存在は肯定されねばならない。たゞ、茲に注意すべきことには、商業統制に進出する工業と、商業によつて統制される、傾向にある工業とは、必ずしも、部門を一にしないのである。そして既述の如く、高度資本主義時代に於いては、工業が商業の上位を占むることより、縦斷的企業結合の異相としては、なほ、工業による商業の統制が一般的なる趨勢であり、商業による工業の統制は宛もその逆流の地位に立つ。かくて後の事象は、多く、享樂財部門に於いて見出されるのである。

『顧客の爲には、商品に關して正確なる報道を集めて彼等に分與し、各種に亘つて早く且つ完備

した品物の蒐集をも努め、更に荷渡をも迅速にすべく、而して品質上に斯くの如き標準を高めんとすれば、結局、製造の過程も會社の手に握ると共に、之を細密に監理すべき必要もある。<sup>1)</sup> 今世紀の初頭、アメリカのマーシャル・フィールド會社 (Marshall Field and Company) 後日の社長シェッド氏 (John G. Shedd) が、同社の卸賣部經營に關し、當時の社長「マーシャル・フィールド氏に對して強調した此進言は、商業による工業の統制が奈邊に於いて必要であり、また可能であるかを示すであらう。更に、卸賣商業が小賣商業あつての存在である點より、商業の中でも、特に小賣商業による工業の統制が、吾々の視野の主たる場面を占めねばならない。

小賣商業を一般的に問題とするには、先づ、支配的なその經營形態を見なければならぬ。さて、小賣商業の多くは店舗が普通一個で、同一又は類似乃至關係のある商品の販賣に従事してゐる。この種の小賣商業の屢々行ふ生産統制は、家具類、男女子供和洋衣服等の如く、個人的色彩が強く、主として手工業又は家内工業によつて生産さるべき財貨に於いて、その特色を現してゐる。しかし個人的色彩が餘り濃厚でなくとも、所謂標準品生産の可能なる部門のうちで、嗜好品に屬する財貨に就いては、小賣商業の生産統制力が次第に進展してゐる。そしてその適例として吾々は、アメリカに盛んなチェーン・ストア (Chain store)——連鎖店——を挙げ得るのである。

連鎖店は、それ自體が、既に高度資本主義の時代特有の存在である。そしてアメリカでは、今日、食料品、靴、男女衣服雜貨、藥品等を始め五十有餘の方面に亘り、全國に散在する店舗數十萬餘、チェーンの數四千に近く、その取引額は全米小賣取引の約十六% (一九二七年調)<sup>2)</sup> に達してゐる。

1) S. H. Ditchett, Marshall Field and Company. (加藤三郎氏譯補、マーシャル・フィールドと世界一の商店、昭和四年、二〇三頁に據る)

る。また、連鎖店に於いては、各店舗相互のチェーンを明示する關係からでも、その独自のマーク (private brand) を必要とすることは百貨店以上であるが、そのマークの下に販賣さるべき商品は、夫々の事情に相應じつゝ、或は自ら建設せる工場に於て生産し、或は専屬化したる獨立工業をしてこれを生産せしめてゐる。そして例へば、『自己所有の非組合工場 (non-union shops) で独自の衣服を製造し<sup>3)</sup>』、衣服業界に於ける最大成功のチェーンたるリッチマン兄弟商會 (Richman Bros.) の如きものもあるが、大抵は獨立の工業を専屬化し、これを統制するに止め、自ら生産界に立入らないのである。<sup>4)</sup>

連鎖店は、アメリカでは、更に、均一店 (Five-and-Ten and Dollar Chains) や連鎖百貨店 (Chain Department Store) にまで展開してゐるが、小賣商業による生産統制の一事例となり得る點では、少しも變らないばかりでなく、むしろ、顯著なものが多い。また、通信販賣店 (Mail-order House) に就いても同じことが言ひ得やう。

連鎖店に對立する小賣組織は、デパートメント・ストア (Department Store)——百貨店——である。百貨店は各方面、各種の商品を蒐集、販賣するが、店舗は一ヶ所にあるのが、先づ普通であつた。現に、世界隨一の百貨店と稱さるゝマーシャル・フィールド會社 (Marshall Field and Company) の小賣部は、シカゴのワシントン街 (Washington St.) 等の四街に面する本館とワシントン街の向側にある別館とより成り立つてゐるものゝ<sup>5)</sup>、なほ、シカゴの一劃を占めてゐるにすぎない。しかるに、各地に多數の直營販賣店舗と専屬販賣代理店とを有する連鎖店の出現につれ、アメリカ

2) William J. Baxter, Chain Store Distribution and Management, 1928, p. 3 and 5.

3) W. J. Baxter, *ibid.*, p. 21.

4) W. J. Baxter, *ibid.*, p. 147 參照。

5) S. H. Ditchett, *ibid.* (加藤氏譯本、一一七頁、一三一頁)

では各地百貨店のコンツェルン——例へば、ニュー・ヨークのメーシー商會(R. H. Macy and Company)又はメードラッグ商會(May Drug Company)を、夫々の盟主とするコンツェルンの如く——の成立となつた。ドイツ、日本等に於ける百貨店も、大體、コンツェルン又は支店組織をとりつゝあるが、之等は、要するに、横斷的企業結合の一種と看做すべく、この點に就いては、茲で詳論する必要がない。

かゝる百貨店は、アメリカでは、近頃、連鎖店はどの地位を小賣業界に占めてゐないとはいへ、なほ、全國小賣取引額の六%乃至八%に達してゐる。<sup>6)</sup>また、ドイツでは、比率に於いてはアメリカに劣つてゐるが(四—五%)、<sup>8)</sup>増加率では一九〇七年——一九二六年の二十年間に三倍に達してゐる。<sup>9)</sup>わが國に於いても、百貨店の發達目覺ましきものがある。三越、松屋、高島屋、大丸及び白木屋の五百貨店のみで、推定賣上高約二億圓(昭和三年)<sup>10)</sup>、全國取引額に對する比率に於いても、恐らくドイツ、アメリカ並と思はれる。

百貨店の取扱ふ商品は多種多様であるから、自ら生産に關與せず、卸賣商業より買付けられる商品量が相當にあることは、疑ひを容れない。だが、衣服雜貨、家具類、進物品等の主要取扱商品を中心として、大工業の生産しない、且つ流行品工業(Modeindustrie)の生産にかゝる商品の大半は、今日、百貨店の統制の下に生産されてゐる。<sup>11)</sup>更に、百貨店は自ら商品宣傳の機關を有してゐる消費創造者(Konsumschöpfer)たる機能を遂行してゐるところから、その消費需要を豫め確保し得る新製品に就いても亦、百貨店は支配力を保ち得るのである。例へば、「四七一一」といふ

6) 狩野正夫氏、アメリカの繁榮を尋ねて、昭和四年十二月十九日附大阪朝日新聞。

7) 及び 8) J. Hirsch, Die Bedeutung des Warenhauses in der Volkswirtschaft. (Probleme des Warenhauses, 1928, S. 61.)

9) F. Pinner, Das Warenhaus, sein Verhältnis zu Grosshandel und Industrie. (Probleme des Warenhauses, 1928, S. 93.)

10) 東洋經濟新報第一三五一號(昭和四年六月一日)、二——二三頁、同第一三五二號

ロン香水(Eau-de-Cologne "4711")が舊來の高級品に抗して、非常に迅速に消費さるゝに至つたのは、百貨店と連繋ありしたためであると言はれる。<sup>14)</sup>

之等の商品に對する百貨店の生産統制は、如何にして行はれて居るか。これに就いては、連鎖店の場合と異々同様のことが言ひ得るのである。すなはち自己經營の工場に據る場合と、獨立工業を専屬化する場合とがある。百貨店が自ら工場を經營したのは、先づマーシャル・フィールド會社であつた。同百貨店では、『他所で造つた品では、到底満足すべきものが獲られない』<sup>15)</sup>といふ見地から、一九〇五年に、早くも、ノース・カロライナ州及びヴァージニア州に有力なる紡織工場を設置してゐる。<sup>16)</sup>そして今日では、絨氈、レースからハンカチーフ、下着類、敷布等に至るまでの各種製織品、婦人頸飾品、木綿物及び羊毛の打綿、敷布團及び寐臺スプリング、化粧品、寶石類の加工、靴、キャンデー、婦人帽等、多種多様の工場經營にまで及んでゐる。<sup>17)</sup>このマーシャル・フィールド百貨店に追隨したのが、ドイツのカアルスタット百貨店コンツェルン (Rudolf Karstadt A. G.) である。これは前者とは異り、一九一八年には既に北ドイツで二十九の營業所を開設してゐる百貨店であるが、同時にまた、多くの工業方面とも連繋を保つてゐる。工業方面との連繋は綿絲紡績、織物、染色、男女子供衣服仕立、下着類製作、スート・ケース及び革製品、罐詰製造等では自營工場を以てし、織物の漂白及び仕上げ、製靴、麥稈帽子製造、コ、ア・チョコレート製菓等の方面では、融資關係を以てしてゐる。しかも之等の製品の取引量を合すると、總取引量の三十%前後に達するといふ。<sup>18)</sup>わが國では、前二者の如く、積極的にこの方面に進出して

(昭和四年六月八日)。二一一二三頁、及び同第一三八六號(昭和五年二月十五日)、二五頁參照。

11) 及び12) J. Hirsch, a. a. O., S. 66.

13) 十八年前に於けるルックス(Käthe Lux)の報告によれば、この種商品は、ドイツ

14) では、既に十八種に上つてゐた由。(J. Hirsch, a. a. O., S. 67)  
F. Pinner, a. a. O., S. 92, 94.

ゐる百貨店は、未だなさそうである。たゞ『製品の販路が確實であり、資本回轉率又は口錢率の高きもの、或は傑出したる特製品製作の必要ある商品』<sup>19)</sup>に就いては、次第に、工場直營に進む傾向は見出し得る。

工場の直營に比すると、獨立工業の直屬化は、企業としての立場から、百貨店にとり危険少く、且つ便宜の多いところから、百貨店の生産統制の一般形態になつてゐる。發展の遅れてゐるわが國に於いても、或る百貨店は、『非常に廣い範圍に亘つて居りますので、一々列舉し切れません』<sup>20)</sup>と、報告してゐる程である。

## 七 結 論

高度資本主義時代に於ける企業結合の趨勢が、一方では工業の商業統制、他方では商業の工業統制——この二方向をすら、とらんとしてゐることは、吾々にとつて興味淺き事象でない。固より、この二方向が、今日までの企業結合の大勢であるとは認められない。一つの異相たるに止るであらう。しかし將來の展開を約束し得ない異相に止るや否といふに、吾々は、簡單に然りと斷定し得ないのである。今日、資本の平均利潤率の遞減が既に一般の大勢であり、これに對抗し得る唯一の道が企業の結合、また結局は、資本の集中である限り、企業結合の一般相までの展開が、むしろ、必然的に約束されてゐるのではあるまいか。企業の結合、資本の集中による所謂獨占利潤の獲得が、利潤率遞減を阻止すべき消極策であり、積極策が諸方面に於ける所謂産業合理化であ

15) Ditchett, ibid. (加藤氏譯本二五三頁)

19) " " ( " 二三三頁)

17) " " ( " 二四三頁以下參照)

18) C. Asbeck, Der Warenhauskonzern, Rudolf Karstadt AG. (Zeitschrift für Betriebswirtschaft, Jahrgang VIII, 1929, Heft 8, S. 605, 606.)

19) 某百貨店の質問回答書。

るならば、造出したる利潤の分配に參與する者の整理も、合理化のための一主要部分たるであらう。かくて、工業と商業との間の企業結合は、末期資本主義時代を特色づける事象となり得るものと、吾々は考へざるを得ないのである。たゞ、しかし、今日に於いて既に、工業と商業とを結ぶ企業結合の企業性そのものを揚棄する運動がある。資本主義の先驅、イギリスに於いて特に盛んな、そして百貨店が全國小賣取引額の二・五%なるに對し、七%を占むる消費組合運動が、すなはち之である。そしてこの消費組合を以て、ゾムバルトは、公營工場制(*öffentliche Betriebe*)と共に、將來に於ける主要經濟組織であると看倣してゐる。果して然るか。この點に就いては、吾々は稿を改めて、考究をつゞけるであらう。

20) 前掲回答書。

1) J. Hirsch, a. a.O., S. 61.